

Il riso torna protagonista

L'ultima indagine dell'Osservatorio Nazionale sul Consumo di Riso in Italia – promossa da **Ente Nazionale Risi, Ente Fiera di Isola della Scala e Consorzio di Tutela della I.G.P. Riso Nano Vialone Veronese** – fotografa un settore in crescita: più consumi, maggiore attenzione agli aspetti nutrizionali, ma ancora tanta strada da fare per far conoscere il valore e la qualità del riso italiano.

Nel 2025 la frequenza di consumo è cresciuta del +6,9% rispetto al 2024, confermando un trend positivo sia nella cucina domestica che nei pasti fuori casa (+2,5%). Oltre la metà dei connazionali (51,8%) consuma riso almeno una volta alla settimana in casa, mentre per il 13,5% è presente sulla tavola 3 o più volte. Un italiano su 6 (16,3%) lo consuma anche fuori casa, in ristoranti, osterie/trattorie o locali etnici, con una quota più alta tra i giovani la Gen X (22%).

Il ritorno di interesse riguarda tutte le fasce d'età e tutte le aree geografiche, con i giovani che lo scoprono come piatto sano e veloce. Alla domanda sul ruolo del riso nell'alimentazione, cresce del +3,7% la quota di chi lo considera "molto" o "abbastanza" importante. In particolare, viene apprezzato per essere sano (81,2%; +3,7% rispetto al 2024), digeribile (84,9%), gustoso (76,5%; +2%), versatile (69,2%; +7,8%), benefico per la salute e parte della tradizione italiana, con il giusto rapporto qualità-prezzo (76,9%).

Non conta solo la quantità consumata, ma anche la percezione di qualità. L'88% degli intervistati ritiene che, se abbinato a proteine, fibre e grassi sani, il riso possa creare piatti completi ed equilibrati, favorire la sazietà e contribuire a un migliore controllo glicemico. La maggioranza dei consumatori lo sceglie perché sano (81,2%) e perché piace (76,5%), in crescita rispetto al 2024. La versatilità (+7,8%) e il giusto rapporto qualità-prezzo (+5,5%) lo rendono una "base" perfetta per ricette diverse, dalla tradizione a proposte più innovative.

Il successo del riso si basa su tre pilastri: fa bene, è buono e versatile, e garantisce un'alimentazione equilibrata. Tali aspetti hanno portato ad un aumento del +2,3% della quota di chi lo sceglie come alleato di salute e gusto.

Con le coltivazioni concentrate in Piemonte, Lombardia, Veneto ed Emilia-Romagna, l'Italia è il primo produttore europeo. Tale leadership si fonda su qualità certificata, sicurezza alimentare, tracciabili-

tà e sostenibilità della filiera. Tuttavia, la ricerca evidenzia che molti consumatori conoscono poco il riso italiano e il suo valore internazionale.

Per il futuro, la sfida non è solo mantenere la crescita dei consumi, ma raccontarlo meglio: comunicazione, educazione alimentare e valorizzazione del prodotto dovranno puntare su bontà, benefici nutrizionali, storia, tradizione, certificazioni e valore culturale.

Il messaggio della ricerca è chiaro: il riso vive una nuova stagione positiva. Cresce in quantità e qualità percepita, conquista giovani e famiglie, risponde alle esigenze contemporanee di gusto, salute e sostenibilità, e conferma il suo ruolo come simbolo del Made in Italy agroalimentare.

